

# LOS MOTELES COMO LUGARES DE CONSUMO SEXUAL EN FUNCIÓN DEL CAPITAL

*Cristian David Ortiz Daniel<sup>1</sup>*

## RESUMEN

La ciudad de Bogotá D.C empieza a jugar un papel importante en la configuración de lugares de consumo sexual en el espacio urbano, como lo demuestra la destinación de suelo para la construcción de moteles, los cuales empiezan a ser agentes inmobiliarios muy importantes en la constitución de rentas. Por consiguiente, el escenario intervenido es la ciudad de Bogotá, donde se vienen estableciendo estos distintivos lugares que responden a dinámicas tanto sociales representadas en el hábitus de consumo, como las propias del capital a través de la renta del suelo urbano.

En este sentido, se problematizan los moteles como lugares de consumo sexual desde las relaciones de clase que se establecen allí, donde los diferentes comportamientos que tienen las personas en su cotidianidad, les permiten generar una especie de fachada (Goffman, 1981) para desenvolverse en estos escenarios públicos a los que se exponen, respondiendo a un hábitus de consumo; sin olvidar que al mismo tiempo responden a las dinámicas del escenario urbano alrededor de disposiciones geoespaciales que genera el capital, al intervenir en la configuración de los moteles como agentes inmobiliarios que generan rentas en función de este consumo.

**Objetivo:** Definir las formas de intervención y transformación que ejerce el capital en los lugares de consumo sexual en la ciudad de Bogotá desde la escala micro-local y macro-global.

### Objetivos específicos

1. Caracterizar los moteles como lugares de consumo sexual de Bogotá desde la escala micro-local y macro-global.
2. Categorizar las formas de intervenir y modelar del capital en los moteles como lugares de consumo sexual.
3. Comprender las dinámicas de intervención del capital en los moteles como lugares de consumo sexual y las formas de modelarlos.

### Metodología:

La etnografía como método de investigación social, permite evidenciar el hábitus del consumo desde su escala macro-global y micro-local, posibilitando así la comprensión de los modos de vida de los sujetos sociales que construyen los lugares de consumo sexual en función de sus prácticas; sin olvidar que la relación macro-global entra en el capital para moldearlos según sus disposiciones geoespaciales.

**Discusiones y resultados:** La configuración de escenarios urbanos que responden a la creación de moteles con fines lucrativos se dan desde dos formas: el uso y la renta de suelo urbano y la satisfacción de un consumo sexual. En este sentido, estos lugares en función del capital necesitan que haya una

---

<sup>1</sup> Bachiller académico. Estudiante Licenciatura Ciencias Sociales Universidad Pedagógica Nacional (Colombia). [cdavidod@gmail.com](mailto:cdavidod@gmail.com) ó [dcs\\_cdortizd742@pedagogica.edu.co](mailto:dcs_cdortizd742@pedagogica.edu.co) Semillero de Investigación Espacio y territorio UPN. Perteneciente a la línea de investigación en geografía de la UPN. Cursando décimo semestre actualmente.

destinación de suelo urbano para sus construcciones inmobiliarias, las cuales sirven para satisfacer esta práctica que se dirige hacia unos agentes sociales concretos.

**Conclusiones:** La intervención del capital en la creación de lugares de consumo sexual en Bogotá D.C se desarrolla desde dos planos interrelacionados: el primero que moldea la ciudad desde una escala Macro-Global, y uno segundo que se desarrolla a escala Micro-local, las cuales responden a las relaciones sociales que los agentes sociales generan al momento de crear hábitos de consumo.

**Conceptos clave:** Renta, agente social, hábitos de consumo

## **Introducción**

Los lugares de consumo sexual en el escenario urbano son una forma de comercializar la llamada revolución sexual que inicia a mediados de la década de los 60, cuya ideología no trataba solamente de liberar las relaciones carnales monógamas, sino que implicaba una liberación de las prácticas sexuales que eran y siguen siendo tabú en la sociedad. En este sentido, la vida privada de las personas empieza a tener un espacio vital en lo público (que se materializa en los lugares sexuales) donde las relaciones sociales que se establecen con los otros, están en función de formar una cultura sexual.

De este modo, la ciudad empieza a jugar un papel importante en la configuración de lugares de consumo sexual en el espacio urbano, lo que posibilita que el capital como productor comercial, ve en la cultura sexual una oportunidad de explotar económicamente las prácticas sexuales que se establecen en estos por medio del consumo. Tal es el caso de la destinación de suelo para la construcción de moteles, los cuales empiezan a ser agentes inmobiliarios muy importantes en la constitución de rentas. Por consiguiente, el escenario intervenido es la ciudad de Bogotá, donde se vienen estableciendo estos distintivos lugares que responden a dinámicas tanto sociales representadas en el hábitus de consumo, como las propias del capital a través de la renta del suelo urbano.

En este sentido, se problematizan los moteles como lugares de consumo sexual desde las relaciones de clase que se establecen allí, donde los diferentes comportamientos que tienen las personas en su cotidianidad, les permiten generar una especie de fachada (Goffman, 1981) para desenvolverse en estos escenarios públicos a los que se exponen, respondiendo a un hábitus de consumo; sin olvidar que al mismo tiempo responden a las dinámicas del escenario urbano alrededor de disposiciones geoespaciales que genera el capital, al intervenir en la configuración de los moteles como agentes inmobiliarios que generan rentas en función de este consumo.

En síntesis, la presente ponencia responde a las dinámicas de consumo sexual que se establecen en los moteles en la ciudad a partir de la intervención de capital en ellos, y cómo este los modela desde las prácticas sociales que construyen los sujetos en dichos lugares, pero que a la vez responden a las disposiciones geoespaciales del capital en la ciudad.

## **Justificación**

Existen distintos escenarios urbanos donde se empiezan a tejer una serie de relaciones sociales con el fin de construir una identidad social a partir de unas prácticas que hacen de la ciudad una heterogeneidad espacial y social. Sin embargo, con la entrada del Neoliberalismo y su expansión global, los lugares urbanos empiezan a ser utilizados como un potencial significativo de incremento de capital, ya que las prácticas sociales y culturales que se construyen en ellos empiezan a conformar el llamado *mercado*

*simbólico globalizado*<sup>2</sup> (Vergara, 2003: 17), el cual “*afecta la cotidianidad, y por ende la producción y vivencia de los lugares*” (Vergara, 2003: 17). Por lo tanto, los lugares como espacio construido y acotado le sirven al capital para intervenir el escenario urbano en función de reconfigurar y producir espacios sociales que posibiliten mayores ganancias mediante el consumo sexual urbano. En este sentido, es pertinente estudiar la ciudad a partir de las dinámicas físicas y simbólicas que aportan los lugares dependiendo de las relaciones sociales que se establezcan en ellos, teniendo en cuenta las disposiciones geoespaciales que determina el capital, y cómo este aprovecha estas esferas sociales como un espacio de oportunidad para modelar el escenario urbano.

Para ello se estudiaron los moteles como lugares de consumo sexual en la ciudad de Bogotá D.C desde una escala *micro-local* y una *macro-global*<sup>3</sup> (Vergara, 2003: 17), los cuales a partir de un alto consumo de este tipo, se establecen unas series de relaciones sociales que hacen de estos establecimientos unos *lugares distintivos producto de la cultura sexual*, dando paso a la escala micro-local; es decir a escala social, como espacios acotados propios de los lugareños. Por otro lado, se hace la relación a una escala macro-global donde los lugares se tornan homogeneizadores producto de la inmersión del capital en ellos, más exactamente materializado en los planes de ordenamiento territorial (POT) con la reglamentación del uso del suelo en función de servicios especiales ofrecidos por estos sitios. (Consumo sexual).

En este sentido, los P.O.T se encaminan a tener una serie de reglamentaciones sobre el uso de suelo en función del tipo de consumo al que es destinado, el cual posibilita que la ciudad se configure como escenario geoespacial para lograr así una mayor movilidad de capital por medio de la renta del suelo urbano. Es por ello que en la urbe estos mecanismos de reglamentación permiten que los lugares de consumo sexual se establezcan desde una legalidad en el uso del suelo urbano, para que los flujos de capital respondan a unas relaciones sociales de producción reguladas.

De la misma manera, es pertinente hacer la claridad que los lugares como espacios socialmente contruidos, también están inmersos en las relaciones de clase, ya sea desde su escala macro-local (se diferencian las prácticas sociales dentro del lugar dependiendo de la posición social de las personas) y/o desde su escala macro-global (donde los lugares se diferencian dependiendo de la zona urbana en el cual se ubican los ingresos económicos de las personas, su capital cultural, y los servicios que se ofrecen), lo que conlleva a dinamizar aún más las formas en que el capital se incorpora en estos escenarios urbanos, y que al mismo tiempo, determina la producción y vivencia de las personas en los lugares.

### **Pregunta de investigación**

¿Cómo interviene y modela el capital los lugares de consumo sexual de la ciudad de Bogotá desde una escala micro-local y una macro-global?

### **Objetivo general**

Definir las formas de intervención y transformación que ejerce el capital en los lugares de consumo sexual de la ciudad de Bogotá desde la escala micro-local y macro-global.

---

<sup>2</sup> Aquí el autor hace referencia al *mercado simbólico* globalizado al mercado cultural que se genera a partir de la inmersión de la globalización en la cultura.

<sup>3</sup> El autor hace referencia a estos tipos de escala desde el marco homogeneizador del capital en los lugares urbanos (Escala Macro-Global), y las distinciones sociales producto del capital cultural de las personas dentro del lugar (Escala Micro-Local).

### **Objetivos específicos**

1. Caracterizar los moteles como lugares de consumo sexual de Bogotá desde la escala micro-local y macro-global.
2. Categorizar las formas de intervenir y modelar del capital en los moteles como lugares de consumo sexual.
3. Comprender las dinámicas de intervención del capital en los moteles como lugares de consumo sexual y las formas de modelarlos.

### **Metodología y caracterización del espacio**

Durante el planteamiento del problema de investigación surgió la necesidad de encontrar la forma en cómo se podría entrelazar las relaciones dialógicas que se estructuraron desde el hábitus del consumo sexual, con su expresión macro-global y la escala micro-local en la ciudad de Bogotá. En un primer momento, se presentaron varias posibilidades de encaminar la investigación hacia un trabajo netamente geográfico enfocado la comprensión del espacio a partir del estudio de la renta del suelo. Sin embargo, con el reconocimiento del carácter social del espacio construido, se llegó a la reflexión que la ciudad como expresión tangible del capitalismo y sus excedentes en el mercado urbano, no se puede reducir a un estudio netamente económico, sino que las relaciones sociales que se entretajan en la urbe hacen que se precisen estudios de tipo sociológico.

Es por ello que se re-dirige la investigación hacia un plano metodológico que responda a la comprensión y definición de la forma en cómo interviene y modela el capital los lugares de consumo sexual de la ciudad de Bogotá desde una escala micro-local y una macro-global; entendiendo que esta relación permite establecer el diálogo que se genera a partir las prácticas sociales de los sujetos con la funcionalidad del espacio para la intervención del capital.

Por ende, se opta por la etnografía como método de investigación social, la cual nos permite no solo evidenciar el hábitus del consumo desde su escala macro-global y micro-local, sino que también posibilita estudiar y entender los modos de vida de los sujetos sociales que construyen los lugares de consumo sexual en función de sus prácticas desarrolladas en estos, lo que conlleva a que sean entendidos como espacios construidos socialmente; sin olvidar que la relación macro-global entra en el interés del capital para moldearlos según sus disposiciones geoespaciales.

En este sentido, la etnografía aporta un trabajo amplio de reconocimiento, entendimiento y definición de las relaciones sociales que se entretajan entre los sujetos sociales y los lugares que ocupan dentro de la ciudad. Si bien una de las restricciones investigativas que puede llegar a tener la utilización de esta metodología en el trabajo de campo, es que dentro de la escala macro-global la renta del suelo y la valorización del espacio no se hacen visibles a simple vista en la urbe, sino que se debe recurrir y utilizar los referentes teóricos de la ciudad como expresión del capital. Por ello se plantea la relación entre la ciudad y sus prácticas sociales.

### **Análisis**

#### **Producción de capital según disposiciones geoespaciales.**

La ciudad como cúspide de la acumulación de capital refleja las relaciones sociales que se establecen a partir del mercado del suelo urbano, siendo éste una mercancía muy importante para los grandes acaparadores de capital inmobiliario. En este sentido, los postulados que brinda la *teoría de la utilización*

*del suelo urbano* que desarrolla Harvey (2007), da cuenta que no solamente el suelo en sí mismo genera rentismo para la economía capitalista, sino que sus mejoras ayudan a aumentar las ganancias al propietario y así generar plusvalía en el mercado inmobiliario. Por lo tanto, la urbe como gran centro de intervención de capital se configura según los intereses que operan en el mercado, ya sea el de disponer suelo para grandes proyectos de vivienda, para la construcción de zonas industriales, o para configurar zonas de comercio y servicios; así las disposiciones geoespaciales de la ciudad condicionan la producción de capital según el valor de uso y el valor de cambio que tenga el suelo y a la vez fija relaciones económicas con agentes del mercado que propician espacios de oportunidad para el capital en la ciudad.

Por consiguiente, para fijar la atención en la producción de capital en la ciudad, es necesario analizar el valor de uso y el valor de cambio que operan en el mercado inmobiliario y sus repercusiones en la distribución espacial de las actividades económicas que se dirigen hacia la configuración de zonas residenciales, industriales, de comercio y servicios; y aquellas destinadas especialmente al consumo. Para ello, Harvey analiza la teoría del valor propuesta por Adam Smith al mencionar que: *“El valor cobra sentido en la economía de mercado al estar sujeto en la utilidad de un objeto (Valor de uso), o la capacidad de compra que se tiene para obtenerlo (Valor de cambio)”* (Harvey, 2007: 162) donde el mercado utiliza estas atribuciones de dicho objeto para ponerlo a disposición del consumo. Sin embargo, según Harvey (2007) no se puede recurrir al valor de un objeto solamente desde su uso o desde su cambio, ya que la mercancía al ser una relación social, está inmersa dialécticamente en sus dos tipos de valor. Por ende, Harvey empieza a esbozar el sentido del suelo y sus mejoras como una mercancía desde los postulados de Marx, al referirse que: *“La creación del valor de cambio reside en el proceso social de aplicar trabajo socialmente necesario a objetos de la naturaleza para producir objetos materiales (mercancía) aptos para el consumo (para el uso) humano”* (Harvey, 2007: 161), es decir que el suelo y sus mejoras al ser una mercancía están inmersas dentro de las necesidades del consumo en la urbe y a la vez entran en la dinámica de la economía capitalista contemporánea al configurarse como un fortín productor de plusvalía en el espacio urbano.

Pero ¿Cómo se configura el suelo y sus mejoras como un gran productor de plusvalía? Harvey estudia las dinámicas que tiene el suelo urbano a partir de la configuración de los diferentes usos que éste tiene y cómo entra en el mercado inmobiliario. Para ello, se empieza a relacionar el valor de uso que tiene el suelo con su valor de cambio desde la distribución espacial en la ciudad, donde ésta al ser un gran centro de confluencia de capital, se distribuye geo-estratégicamente para generar mayores ingresos económicos por medio de espacios microeconómicos homogéneos<sup>4</sup> Harvey (2007). Según el autor estos espacios pueden estar destinados hacia diferentes formas de consumo, ya sean residenciales, comerciales, financieros u otros tipos de consumo, el sexual por ejemplo; pero lo característico de ellos es que los agentes del mercado, *“Están interesados en los valores de uso para otros sólo en la medida en que producen valores de cambio para sí mismos”* (Harvey, 2007: 172), donde los intereses del mercado están en función del valor de uso en grandes proporciones, principalmente donde hay mayores índices de consumo, es decir que *“para lo que uno es valor de uso, para otro es valor de cambio y cada cual concibe el valor de uso de modo diferente”* (Harvey, 2007: 173). En este sentido, una vez localizadas las actividades de consumo, tienden a ser particularmente difíciles de mover, conformando así la ciudad como un espacio relacional entre las actividades de consumo y los agentes que generan el hábitus del consumo.

---

<sup>4</sup> El autor define estos espacios como los usos del suelo que se destinan para una actividad económica concreta en la ciudad.

Por ello, la ciudad se ordena estratégicamente según el tipo de consumo que se configura a partir de las relaciones sociales, donde lo característico es que el espacio homogéneo económicamente, se diferencia socialmente. Eso se ve con mayor claridad en los órdenes urbanos que dan cuenta del espacio diferenciado a partir de la exclusión desde el capital económico y simbólico entre los agentes sociales, donde según Harvey *“los consumidores para seguir con su lugar en el espacio, generan un excedente, el cual es la diferencia entre lo que un individuo paga realmente por un bien y lo que él querría pagar con tal de no pasar sin él”* (Harvey, 2007: 176), es decir el excedente del consumidor es la base material para estar en comodidad en el espacio urbano, donde la capacidad de elegir se restringe a la capacidad adquisitiva del individuo en pro de su bienestar.

En posiciones similares a las Harvey, Samuel Jaramillo en su texto *“Hacia una teoría de la renta del suelo urbano”* (2010) hace hincapié en desarrollar el concepto de la renta del suelo urbano y sus mejoras, donde no solamente se fija en la teoría de Marx sobre este término, sino que la pone en cuestión en su análisis sobre la ganancia que genera el uso del suelo urbano por la economía capitalista contemporánea, al estar ésta determinada por el excedente del consumidor para poder poseer su lugar en el espacio urbano. Por consiguiente, la renta *“como una parte del valor de cambio que se reserva el propietario del suelo”* (Harvey, 2007: 199), ayuda a entrar al individuo en el mercado inmobiliario con una mayor ventaja al momento de poseer el suelo y sus mejoras sobre los grandes acaparadores, ya que la competencia por esta mercancía está dada por la capacidad adquisitiva que tienen los agentes del mercado.

En consecuencia, la renta en su doble función (económica y social) posibilita que la jerarquía social entre los individuos que conforman la clase capitalista está dada por la magnitud de sus capitales y la manera de explicitar sus diferencias a través del denominado *gasto conspicuo*<sup>5</sup>, que no tiene como finalidad última satisfacer una necesidad, sino que busca un efecto de demostración de su capacidad de gasto y, por lo tanto, de *pertenencia* a una cierta categoría social (Parias Durán, A. 2010: 158). Vemos aquí que el suelo en sí mismo aparte de generar rentismo (Ganancia sin intervención del trabajo social) posibilita que su poseedor tengan la capacidad de tener un excedente en su valor de cambio, lo cual se refleja por medio de la renta, y que ésta a la vez posibilita una mayor ganancia en el mercado inmobiliario, al estar directamente relacionada con el sector económico que genere mayor consumo, y por ende mayor plusvalía.

Con lo nombrado anteriormente, el suelo y sus mejoras destinados para el consumo sexual en la ciudad, están determinadas por las disposiciones geoespaciales del capital y la posibilidad que le brinda a la economía capitalista contemporánea para sacar mayor plusvalía desde dos vías: Una desde la renta del suelo y la otra desde el hábitus del consumo, donde el excedente de consumo juega un papel importante tanto en el valor de cambio que tienen los lugares destinados para este tipo de actividad como en el consumo mismo a modo diferenciador social y económico, es decir ese *gasto conspicuo*, que no tiene como finalidad última satisfacer una necesidad, sino que busca un efecto de demostración de su capacidad de gasto y, por lo tanto, de pertenencia a una cierta categoría social.

### **Renta del suelo urbano y su vínculo con el consumo sexual.**

Desde la teoría de la renta del suelo urbano, se empieza a demostrar que en la ciudad existen una serie de relaciones económicas en función del mercado inmobiliario que ve en el suelo urbano una generación

---

<sup>5</sup> Jaramillo hace referencia al término al definirlo como la capacidad de gasto que tienen los individuos de una clase social para conservar su espacio social en la ciudad.

importante de plusvalía, donde los agentes del mercado aprovechan el valor de uso y el valor de cambio del suelo urbano y sus mejoras para acaparar grandes capitales por medio de la renta. En este sentido, cabe detenerse en su desarrollo y sus repercusiones en la economía contemporánea capitalista que opera en el mundo actual.

Samuel Jaramillo (2003) en su texto *Los fundamentos económicos de la "Participación en plusvalías"* hace una conceptualización de la renta del suelo de acuerdo al modo de producción capitalista, donde los factores de producción (tierra, trabajo y capital) son vitales para estudiar las dinámicas de la renta en la ciudad dentro del mercado inmobiliario. Para ello, estudia los postulados de Marx sobre los distintos tipos de renta (monopólica, diferencial o absoluta) que se dan de acuerdo a condiciones espaciales y sociales del suelo en la economía capitalista, las cuales son claves para estudiar las disposiciones geoespaciales del capital en la urbe. Por ende, este apartado se encarga de relacionar la renta como un excedente de ganancia para la economía capitalista al destinar suelo urbano para el consumo sexual.

Jaramillo define la renta como *"un flujo de valor periódico"* (Jaramillo, 2003: 4), producto de la actividad económica que crea el capitalista sobre la tierra, donde el propietario de esta es quien recibe una ganancia por medio del alquiler de su propiedad sin necesidad de invertir trabajo social directamente. En este sentido, la renta funciona como un mecanismo de adquisición de tierra para el capitalista y a la vez como una ganancia al propietario de ella, donde según Jaramillo (2003) su producción es resultante del excedente global procedente de la actividad económica. Por consiguiente, se puede inferir que la renta es una relación económica producto de la tenencia de suelo y las mejoras que se hacen de este, y a la vez una relación social donde interviene el propietario que gana un excedente producto del alquiler de su propiedad, y el capitalista que invierte trabajo social en la tierra.

Vale la pena aclarar que esta primera aproximación del concepto de renta se funda en una relación terrateniente-capitalista, donde la actividad económica es la que produce (desde el excedente global) el valor de la renta que se debe pagar producto de la inversión de capital y trabajo social en dicha propiedad. Pero ¿Qué pasa cuando el propietario de la tierra es el mismo capitalista que invierte en ella? Según Jaramillo (2003) la renta entraría en la valorización de la propiedad producto de las mejoras que se hacen en ella, donde el propietario que es el mismo capitalista guarda el excedente que le queda al no pagar por un espacio, pero lo invierte para conservarlo, esto se denominaría el *gasto conspicuo*, es decir la capacidad de gasto que tiene el propietario para conservar su espacio tanto físico como social frente a sus pares capitalistas. Con esta segunda definición, da paso para entender la relación renta-precio de la tierra, que para el caso de la presente investigación sería el precio del suelo urbano y sus mejoras, donde las actividades económicas juegan un papel importante en la consolidación del suelo en el mercado inmobiliario urbano.

A partir de lo propuesto por Jaramillo, se establece que *"La tierra no tiene valor, y por lo tanto no debería tener un precio, pero este último se construye a través de un mecanismo que se denomina capitalización de la renta"* (Jaramillo, 2003, p.3). Dicha capitalización es producto del excedente global que se obtiene por medio de la actividad económica del suelo urbano, donde el capitalista al generar plusvalía en el espacio físico, genera una valorización del predio producto del trabajo social invertido y de las mejoras en el mismo, lo que hace apetecible el suelo y sus mejoras en el mercado inmobiliario. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el espacio al ser relacional con los factores de producción (tierra, trabajo, capital) interviene agentes modeladores del mismo sirvientes del mercado para generar tal capitalización de la renta. Uno de ellos es el Estado.

Según Jaramillo (2003), el Estado juega un papel importante al introducir su accionar en el mercado inmobiliario, ya que como agente constructor del espacio urbano genera infraestructura apta para

ciertas actividades económicas que posibilitan las mejoras en el suelo por parte del capitalista, ya que ve una oportunidad para generar plusvalía. Sin embargo, el Estado como proveedor de dicha infraestructura, también regula los usos del suelo en la ciudad, por lo que proporciona ciertas zonas microeconómicas para actividades económicas concretas. Tal es el caso con la definición del P.O.T, los cuales regulan los usos del suelo urbano en función de las necesidades sociales de la población, pero que al mismo tiempo, regula las grandes fluctuaciones de renta del suelo que se dan en el mercado inmobiliario. En este sentido, el Estado *“asume entonces una función regulatoria que tiene como objetivo buscar resultados de coherencia, equidad, eficacia, que el mercado no es capaz por sí mismo de garantizar”* (Jaramillo, 2003: 29); donde si no hubiera tal regulación, los precios de los suelos serían monopolizados por los grandes acaparadores de capitales, y por tanto inasequibles para el resto de la población.

Por consiguiente, con la regulación del Estado sobre los usos del suelo urbano, y a la vez los precios del mismo, el mercado inmobiliario conduce sus actividades económicas a las denominadas zonas microeconómicas, las cuales dichas actividades comerciales y de servicios se ubican según se den mayores valores de uso y de cambio. Es el caso del suelo urbano que soporta estas actividades económicas, que para la presente investigación es la actividad sexual, ya que los grandes capitales que se dan en los lugares de este tipo de consumo, se ubican estratégicamente según la velocidad de rotación de capital, donde lo que interesa para los capitalistas es que sean sitios accesibles, con grandes densidades poblacionales que demanden el consumo sexual y sobre todo con grandes valores de uso del suelo para dicha actividad, donde la capitalización de la renta generada por el consumo sexual garantiza que los propietarios de los lugares destinados para este fin entren en el mercado inmobiliario con grandes capitales.

### **Circuitos comerciales de moteles en la ciudad de Bogotá**

El trabajo investigativo sobre los lugares de consumo sexual en función del capital llevado a cabo en la ciudad de Bogotá, evidencia diversos escenarios urbanos que se configuran a partir del establecimiento de distintos establecimientos que responden al consumo sexual desde un *hábitus* de consumo por parte de los agentes sociales. En este sentido, existen diversos lugares destinados a satisfacer este tipo de consumo, (prostíbulos, bares swinger, Moteles, Burdeles) que amplían el panorama de la investigación; por lo cual surge la necesidad de limitar la investigación a uno solo de estos lugares.

Es así como se parte desde un interés investigativo sobre la configuración de escenarios urbanos que responden a la creación de moteles con fines lucrativos a partir de dos formas: el uso y la renta de suelo urbano y la satisfacción de un consumo sexual. En este sentido, estos lugares en función del capital necesitan que haya una destinación de suelo urbano para sus construcciones inmobiliarias, las cuales sirven para satisfacer esta práctica que se dirige hacia unos agentes sociales concretos. Por tal motivo, la organización de grupos focales con personas que han consumido los servicios sexuales ofrecidos por estos establecimientos, permitió visualizar que tan apetecido es este consumo dentro de estos lugares y cómo se empieza a configurar un escenario urbano que responda a la configuración de servicios ofrecidos por ellos.

En consecuencia, dentro del grupo focal se evidencia que los moteles empiezan a tener un papel inmobiliario en la ciudad muy importante en respuesta a la demanda del consumo sexual, donde la urbe empieza a establecer un escenario apto para tal fin. Esta afirmación resulta del ejercicio con los partícipes de la técnica cualitativa de investigación, al aseverar ellos que existen distintas zonas de la ciudad en las cuales se ubican los moteles más reconocidos y predilectos para consumir los servicios



sexuales ofrecidos, que responden a las distintas motivaciones y criterios espaciales que deben tener las zonas para habitar y frecuentar estos lugares por parte de los agentes sociales.

De manera que las motivaciones que más se evidencian entre las personas es el placer sexual que genera el motel a partir de un ambiente erótico propio del lugar, lo cual permite vivir el acto sexual de una forma distinta, muy diferente a la convencional que brindaría un escenario como la casa o el Hotel. Es necesario resaltar que los moteles en función del consumo sexual ofrecen variedad en su ambiente físico que conlleva a comprender ese erotismo nombrado por los agentes, los cuales pasan desde brindar un cuarto agradable con luces alógenas de colores, una grabadora que transmite la música predilecta por las personas, y una película porno acorde a la ocasión; hasta aquellos establecimientos temáticos que brindan la experiencia de cumplir fantasías sexuales desde espacios no convencionales que permitan vivir diferentes juegos sexuales, como por ejemplo: el sadismo y masoquismo con cuartos llenos de instrumentos de dominación, cuartos con sauna y jacuzzi, y entre otros ambientes sexuales que posibilitan el placer sexual de una forma distinta.

Sin embargo, cabe resaltar que dentro de la mismas zonas donde se establecen estos tipo de moteles, existen una variedad en los servicios ofrecidos por otros que sólo brindan el estar sexualmente por un determinado tiempo, sin ninguna comodidad erótica por un costo más bajo que el de los primeros moteles. Por tal motivo, así como hay gran variedad de servicios ofrecidos por estos lugares, así mismo hay clientes que los adquieren.

De igual modo, los criterios espaciales que tienen los agentes sociales para consumir los servicios ofrecidos por los moteles son de vital importancia al momento de frecuentar estos lugares. Dichos criterios que deben cumplir las zonas moteleras de la ciudad son: seguridad, ubicación, sitios de rumba que posibilitan el consumo de bebidas alcohólicas; establecimientos comerciales que ofrezcan servicios de restaurantes, y buena accesibilidad al transporte público; además de las facilidades de acceso vial. No hay que olvidar que cuando las personas hacen referencia a la ubicación, este criterio espacial entraría como una transversalidad en el momento de estudiar las zonas de moteles, ya que se relaciona directamente con los demás criterios.

De esta manera se demuestra que los moteles tienen un gran peso comercial al generar circuitos económicos en torno a la satisfacción sexual desde dos planos: la ganancia a partir de una práctica en sí misma y desde el usufructo del suelo urbano a través de la renta. Por lo tanto, es necesario estudiar los circuitos comerciales alrededor de los moteles y su configuración en torno a la ganancia desde renta del suelo urbano a partir de la generación de *hábitus* del consumo sexual.

En la ciudad de Bogotá se configuran seis escenarios comerciales de moteles muy importantes y predilectos para los agentes sociales, ya que cuentan con unos aspectos geoespaciales que son relevantes al momento de entrar en la dinámica de consumo que ofrecen estos. Según lo evidenciado en el grupo focal, para los agentes sociales los aspectos geoespaciales que cobran especial importancia al momento de consumir el servicio de motel son: sitios de rumba, restaurantes, acceso vial, acceso a transporte público masivo (en este caso Transmilenio) y gran variedad de ofertas de moteles en la zona; todo esto dentro del mismo escenario urbano.

Por consiguiente, los escenarios de la ciudad que cumplen con estos aspectos geoespaciales y que son predilectos por los agentes sociales para su consumo son: Primera de Mayo, Venecia, Restrepo; Engativá (Barrio las Ferias), Chapinero Central y Fontibón. De manera que, los circuitos comerciales que se configuran en estos escenarios urbanos alrededor del consumo sexual en los moteles, se caracterizaron en primera instancia a través de la siguiente tabla:

CIRCUITOS COMERCIALES DE MOTELES EN BOGOTÁ						
Ubicación del circuito	Perímetros del circuito	Número de moteles en la zona	Número de sitios de Rumba	Número de restaurantes	Acceso a transporte masivo	Acceso vial principal
<b>PRIMERA DE MAYO</b>	Entre la Av Cll 26s y Cll 35s con KR 69 y AKR 72	26	9	51	No cuenta con transporte masivo	Av Primera de Mayo y la Av Boyacá sector sur
<b>VENECIA</b>	Entre la Av Cll 45ª s y Dg 50s con KR 53 y KR 52ª	23	24	30	Transmilenio sobre la 45ª sur	Entre Av 45ª s y Dg 50s con KR 53 y KR 52ª
<b>RESTREPO</b>	Entre la Av KR 14 y KR 24c con Cll 15s y 19s	19	31	15	Transmilenio sobre la Av Caracas sur	Entre la AV KR 14 y KR 24c con Cll 15s y 19s
<b>ENGATIVÁ (Las Ferias)</b>	Entre la AV Cll 72 y Cll 73ª con TV 69b Bis y KR 69 J	15	1	5	No cuenta con transporte masivo	AV Cll 72
<b>CHAPINERO</b>	Entre la Av KR 14 y KR 16 con Av Cll 63 y Cll 60	14	2	7	Transmilenio sobre la Av Caracas	AV Caracas Cll 63
<b>FONTIBÓN</b>	Entre la KR 100 y KR 103ª y Cll 19 y Cll 17	7	6	29	No cuenta con transporte masivo	KR 100 Cll 17

Como se puede evidenciar en la tabla, en el circuito comercial de la Primera de Mayo se ubican la mayor cantidad y variedad de moteles, con un número estimado de 26 (veintiséis) de estos establecimientos dentro de un perímetro zonal que va desde la Av. calle 26 sur y la Calle 35 sur entre las Carreras 69 y Av Kr 72 (Av. Boyacá).

Del mismo modo, es de resaltar también que en comparación con el número de moteles que operan en el sector, la cantidad de sitios de rumba es considerablemente bajo, esto se explica porque dentro del ordenamiento territorial que caracteriza a esta zona los sitios de rumba se encuentran en escenarios específicos cercanos; como lo es la denominada “Cuadra Alegre” que es la zona rosa del sector ubicada en la Carrera 71 D con Calle 3 y 4 sur; quedando así por fuera de la influencia zonal inmediata de los moteles. Caso distinto es el que reflejan los restaurantes, los cuales superan en cantidad a los sitios de rumba con 51 (cincuentiuno) operando (estos sí) dentro del circuito.

Por el mismo cuadro analítico se puede examinar el circuito comercial de Chapinero. En esta zona de la ciudad, se evidencia que el número de moteles que operan entre la Av. KR 14 (Av. Caracas) y KR 16 con Av. Calle 63 y Calle 60 es bajo en relación con el circuito comercial de la Primera de Mayo, con una cifra de 14 (catorce) moteles. Sin embargo, una característica en común que tienen estos dos escenarios urbanos es que la ubicación de los sitios de rumba están por fuera del circuito cercano influyente de los moteles, ya que dentro del ordenamiento territorial, se determinó que el espacio comprendido desde la calle 65 con carrera 13 hasta la calle 57, sería la zona rosa de Chapinero central. Del mismo modo, el análisis que se puede obtener con los restaurantes responden a unas dinámicas parecidas al primer circuito comercial de la ciudad, ubicándose estos dentro del circuito cercano de los moteles, con una presencia, eso sí, más baja con 7 (siete) establecimientos.

Por el contrario, una diferencia sustancial que marca el circuito comercial de Chapinero con respecto al de la Primera de Mayo es el acceso a transporte público masivo (Transmilenio), el cual se ubica en la troncal de la Caracas (Av. Carrera 14), lo que hace más fácil el acceso a la zona con sistema de transporte accesible para la gran mayoría de los agentes sociales partícipes del grupo focal. Sin embargo, se puede evidenciar que dentro de la zona del circuito comercial, hay una considerable cifra (cuatro) de centros de educación superior que podría motivar el hábito de consumo sexual en estos lugares por parte de la población joven.

El siguiente circuito comercial que se ubicaría dentro del segundo lugar con mayor presencia de moteles en la ciudad es el de Venecia, con un número de 23 (veintitrés) establecimientos, los cuales operan entre la Av. calle 45ª s y Diagonal 50s con KR 53 y KR 52ª. En este sentido, el análisis espacial que se puede obtener es que dentro de este circuito, sí operan conjuntamente los sitios de rumba y los restaurantes junto con la cadena de moteles que se ubican allí; haciendo que la red comercial que se entrelaza, sea equilibrada en relación con el número de lugares que intervienen. Es decir, si mencionamos que dentro del circuito comercial de Venecia operan 23 (veintitrés) moteles, la cifra de sitios de rumba y de restaurante no difiere mucho con el número de los lugares de consumo sexual, los cuales serían 24 (veinticuatro) y 30 (treinta) respectivamente. Por lo tanto, este circuito está en un equilibrio comercial en relación con los tipos de servicios que se ofrecen, además de las facilidades de transporte masivo y acceso vial que cuenta la zona por la troncal sur sobre Av. calle 45ª s.

Del mismo modo, el circuito comercial del Restrepo se ubican 19 (diecinueve) moteles que operan entre la Av. KR 14 y KR 24c con Calle 15s y 19s, el cual se ubica dentro de un punto estratégico de acceso de transporte masivo sobre la Av. Carrera 14 (Av. Caracas). Es importante resaltar que la mayoría de moteles se ubican frente a la estación de Fucha, facilitando así la llegada a la zona. Sin embargo, la gran cantidad de sitios de rumba que operan allí, demuestra que el consumo recreativo de alcohol y baile están en mayor proporción que el consumo sexual de moteles, pero que al mismo tiempo, crean una relación directa de consumo sexual por parte de los agentes sociales.

Lo mencionado anteriormente se puede entender desde las relaciones económicas espaciales que se presentan en los demás circuitos comerciales, evidenciándose unas características similares frente al

flujo consumista que producen los agentes sociales por sus predilecciones sobre el alcohol y las facilidades de servicios de restaurantes.

Por otro lado, el circuito comercial de Engativá ubicado en el barrio Las Ferias entre la AV Calle 72 y Calle 73ª con TV 69b Bis y KR 69J presenta un número de establecimientos de rumba considerablemente bajo en relación con el número de moteles en la zona (15 establecidos). En este sentido, se desdibuja la relación comercial directa entre estos dos tipos de establecimientos, lo que hace que el circuito comercial se configure más hacia una relación económica con los restaurantes.

El último circuito comercial que es reconocido por los agentes sociales es el que se ubica en Fontibón, entre la KR 100 y KR 103ª y Calle 19 y Calle 17. Podemos observar que en este circuito, los moteles están en un equilibrio con el número de sitios de rumba que se configuran allí, siendo 7 (siete) los lugares de consumo sexual que operan, junto con seis bares. No obstante, el número de restaurantes es mayor, con 29 (veintinueve) establecimientos ubicados dentro de esta zona. Es de resaltar que si bien hay mayor presencia de estos últimos lugares, persiste la relación económica que hay con los demás establecimientos que configura el circuito comercial. En tanto, el sector no cuenta con el sistema de transporte masivo (Transmilenio), lo que hace que la accesibilidad a la zona sea por sus vías principales, que serían la Av. Carrera 100 y la Av. Calle 17.

Por consiguiente, desde la descripción y caracterización general de los distintos circuitos comerciales que nombraron los participantes en el grupo focal, se puede destacar que los moteles como lugares de consumo sexual están directamente relacionados con un flujo comercial hacia esta actividad, el cual se vincula con otros tipos de consumo recreativos como lo son la rumba y los restaurantes. En este sentido, la conformación de circuitos comerciales alrededor del movimiento motelero genera unas disposiciones geoespaciales en la ciudad para que el flujo del capital, producto del consumo sexual, circule mediante la generación de hábitos de consumo por parte de los agentes sociales. Es preciso indicar que este hábito no sólo se restringe en el “estar” en un motel, sino que se ve reflejado en las dinámicas comerciales y consumistas que se estructuran a los alrededores de estos nichos generadores de capital.

Se debe puntualizar que dichas disposiciones geoespaciales que posibilitan el flujo de capital en estos circuitos comerciales, se dan gracias a criterios de accesibilidad espacial, (transporte y vías) establecimientos de rumba y restaurantes, de renta urbana y destinación de suelo para que se establezcan los moteles como forma fructífera del capital; haciendo que la ganancia se vincule estrechamente con la generación de hábitos de consumo sexual. Esto como característica transversal de todas las zonas moteleras y sus circuitos económicos ubicados en la ciudad de Bogotá.

### **El hábito de consumo y el hábito de consumo sexual en los circuitos comerciales de los moteles en Bogotá**

Durante el proceso investigativo surgió la necesidad de buscar cómo se daba el hábito de consumo y el hábito de consumo sexual en los agentes sociales que participan en los circuitos comerciales de los moteles al momento de adquirir alguno de los servicios que ofrecen dichos establecimientos. Si bien el hábito de consumo se establece a partir de los vínculos comerciales que tienen los moteles con los restaurantes y los sitios de rumba, no hay claridad hasta el momento frente a cómo se construye y cuál sería su vínculo con el hábito de consumo sexual. Por tal motivo, un segundo grupo focal con personas que hayan consumido los servicios de estos lugares en alguno de los circuitos caracterizados anteriormente, sirvió de base para analizar las formas en cómo se crea un consumo sexual por medio del estar en un motel, en relación con la capacidad de gasto que tienen los agentes sociales para frecuentar estos sitios y así crear un hábito de consumo sexual.

Con lo anterior, se enfocó en caracterizar el hábitus de consumo que se construye en la zona del Restrepo desde las experiencias y vivencias de las personas que frecuentan los moteles ubicados allí, teniendo en cuenta cómo funciona la relación comercial entre los bares y restaurantes como establecimientos comerciales que entran en los criterios espaciales para el consumo sexual. Para ello, preguntas orientadoras como ¿Cuál es el plan que desarrollan con sus parejas para ir a un motel? y cuando va en plan de motel ¿Sólo va a consumir sus servicios, o recurre a otros lugares como en bares y discotecas? sirvieron de guía para describir el *modos operandi* como consumidores.

Dadas las preguntas precedentes, las personas empezaron a narrar desde sus experiencias las formas como se preparaban para ir a un motel, donde sus preferencias hacia el consumo sexual se enfocaban en pasarla bien desde el fomento del placer. Es decir, cuando en el grupo focal se les preguntaba sobre ¿Cuál es el plan que desarrollan con sus parejas para ir a un motel?, las personas afirmaban que debían preparar las tres R, Restaurante, Rumba y Residencia.

Es necesario puntualizar aquí que algo muy importante que se presentó en ese momento, y fue que a los moteles durante el ejercicio se le nombraban como residencias, algo supremamente llamativo; puesto que los participantes afirmaban que en el sector del Restrepo a los moteles se les denominaba así desde hacía varios años, pero que cambió el término a medida que iba transformándose el sector a causa de dos razones: La primera que va encaminada hacia la llegada de más moteles para el consumo sexual en el sector, lo cual contribuyó a que las personas que consumían allí cambiaran dentro de su imaginario social de residencia a motel producto de la publicidad que manejaban estos lugares. La segunda es más hacia lo cultural, puesto que las personas prefieren llamarles “Residencias” por temas de privacidad del consumo sexual.

El plan de las tres R (Restaurante, Rumba y Residencia) fue el que prevaleció entre las personas cuando se hablaba de ir a un motel, ya que era el trío perfecto para generar ese “plus fuera de lo rutinario” en el placer que buscan los agentes sociales al momento de tener el consumo sexual. Esto se deriva al momento de afirmar las personas que *“Uno para poder ir a una de esas residencias, primero hay que ir con buena plata, ya que no es sólo ir y estar por el rato que ofrecen los dueños de ese lugar, sino que hay que comer una buena comida y estar en un lugar de baile donde poder relajarse de esa rutina diaria del trabajo”* Rodríguez, A (2019) [entrevista realizada por Ortiz Daniel, C] 01 de Agosto 2019. Por lo tanto, durante el ejercicio se evidenció que las personas necesariamente pasan por una buena cena en algunos de los restaurantes que se ubican en el sector, un buen sitio de baile y esparcimiento en el cual puedan “liberar su estrés de la rutina” con excelente música y trago, y finalmente completar la noche con un buen motel que cumpla con sus preferencias eróticas.

Un detalle revelador que tuvieron las personas fue que no gustaban de ir a las residencias sólo por pasar el rato, sino que debía tener un complemento en los demás establecimientos que se ubican cerca al sector de los moteles, dando conocer no solo el *modos operandi* como agentes sociales dentro de un hábitus de consumo, sino que también reflejaban que desde su consumo sexual se entreteje la conexión comercial que existe entre los bares, los restaurantes y los moteles en el Restrepo.

Cabe resaltar también que cuando se hacía una pregunta como: ¿Cuánto dinero destina para adquirir servicios en un motel? las personas afirmaban que: “La verdad, no solo se destina dinero para solo la residencia, sino que hay que tener en cuenta cuánto se puede ir en la cena y en los bares porque todos ellos son un complemento, pero si hay un gasto mayor en el motel, ya que es el plan principal”. Romero, J (2019) [entrevista realizada por Ortiz Daniel, C] 01 de Agosto 2019. En este sentido, ese gasto monetario que podían tener las personas al momento de realizar el plan de las tres R, estaba entre un

rango de 100.000 y 180.000 pesos colombianos (\$29, 62 USD y \$53,31 USD) siendo el motel el lugar al que más se destinaba, con un promedio de 90.000 pesos colombianos (\$26,65 USD) el rato.

Es evidente que, como se aludía al inicio de este apartado, dentro de la práctica social que se construye a partir de los hábitos de consumo, existen unas diferencias sustanciales en gustos y privilegios al momento de adquirir un servicio de motel frente a las personas que participaron en el primer grupo focal, ya que la capacidad de gasto en el consumo sexual aumenta en relación no solo al consumo en restaurantes y bares, sino que también hacia a las comodidades eróticas que brindan las habitaciones.

Un ejemplo de ello es que, cuando se realizó la pregunta ¿Qué ofertas en los servicios moteleros adquieren al momento del consumo sexual? las personas nombraron que los cuartos temáticos, los cuartos con sauna y jacuzzi, además de aquellos que cuentan con tubos de para bailes eróticos y silla erótica, son los servicios que buscan al momento de ir a las residencias. De hecho, nombraron también que los moteles en el Restrepo son destacados en las ofertas de habitaciones con estas características, dando comodidad a buen precio.

En correspondencia a ello, en la tabla que muestra las ofertas de los moteles en el Restrepo y su relación servicios-precio-tiempo, se puede observar que la gran mayoría de estos establecimientos ofrecen habitaciones con sauna y jacuzzi con un costo que varía entre los 80.000 y los 100.000 pesos el rato ( de 3 a 4 horas) los fines de semana. Esto evidencia que no solo hay una mayor capacidad de gasto en las personas de este segundo grupo focal en comparación con las personas jóvenes que participaron en el primer ejercicio, puesto que ellas apuntaron más a la higiene y la comodidad de habitaciones sencillas a un precio accesible; sino que también hay una gran variedad de ofertas en los servicios que brindan los moteles en el sector, todo ello en función del hábitus de consumo que se construye en el circuito comercial del Restrepo.

Por lo tanto, en el consumo sexual por parte de los agentes sociales, se evidencia que para el *modus operandi* que configura el hábitus de consumo hay una respuesta directa en la oferta de los servicios de los moteles para alimentarlo y satisfacerlo, ya que existe una gran variedad en las instalaciones de estos establecimientos que les permiten a las personas obtener lo que desean en función de sus placeres sexuales, sin olvidar la relación comercial directa que existe con los bares y los restaurantes, conformando así lo que las personas denominan “el plan de las tres R”, creando así el hábitus de consumo sexual, el cual está dirigido hacia la capacidad de gasto que tienen las personas al “estar” en un motel al momento de adquirir los servicios que ofrecen como lugares de consumo sexual.

### **A manera de Conclusión**

En la definición de la pregunta problema y los objetivos que se propusieron para el presente trabajo investigativo, se plasmó que la intervención del capital en la creación de lugares de consumo sexual en la ciudad de Bogotá D.C se hacía desde dos planos intra-relacionados: el primero que moldea la ciudad desde una escala Macro-Global, y uno segundo que se desarrolla a escala Micro-local, la cual responde a las relaciones sociales que los agentes sociales generan al momento de crear hábitos de consumo en dichos lugares. Para ello, la fundamentación teórica en cada uno de estos ejes de análisis, permitió comprender que la modelación del capital en estos lugares trabaja desde unas disposiciones geoespaciales en la ciudad (Macro-Globales), las cuales se dan a partir del uso y renta del suelo urbano, mercados inmobiliarios y procesos de renovación urbana; todo esto regulado por el plan de ordenamiento territorial vigente en la ciudad.

Entre tanto en la escala micro-local, las prácticas sociales que empiezan a ejercer los agentes sociales que participan directamente en el consumo de los servicios ofrecidos por parte de estos lugares,

permitió visualizar una creación y un desarrollo de un *hábitus* de consumo sexual en los agentes, los cuales participan en la movilización de los flujos de capital por medio de redes comerciales de consumo. Un ejemplo de ello es la cadena comercial que se entreteje entre los establecimientos que se posicionan alrededor de los moteles (como lo son restaurantes, bares y discotecas) que entran en el mercado a través de redes de consumo, potencializando así los flujos de capital por medio del consumo sexual.

Es necesario puntualizar cómo entran dichos establecimientos comerciales en el consumo sexual. En el caso de los restaurantes, bares y discotecas, su participación en el *hábitus* de consumo sexual entra en el momento en que los servicios ofrecidos por estos lugares se relacionan directamente con el “estar espacialmente” al participar en el *modus operandi* de los agentes sociales. Es decir, hay una predilección de los agentes en el momento de elegir el motel en el cual van a tener sus encuentros sexuales, al mencionar que; un buen lugar en donde beber, bailar y comer deben estar cerca de la zona motelera de la ciudad donde van a “habitar”. Por tal motivo, estos lugares de consumo juegan un papel importante dentro del hábitus de consumo sexual desde dos posiciones: Por un lado, en la influencia del *modos operandi* de los agentes sociales en el consumo de los servicios del motel, y por otro lado en el circuito comercial que generan sus servicios, en respuesta a las disposiciones geoespaciales que genera el capital en la urbe para el hábitus de consumo sexual en los moteles.

En tanto, en relación con las formas de intervención y transformación que ejerce el capital en los lugares de consumo sexual desde la escala micro-local se evidencia por medio del *modos operandi* que construyen los agentes sociales a través del hábitus de consumo evidenciado en las relaciones comerciales que entretejen los moteles, restaurantes y sitios de tumba; aportando así la creación de circuitos comerciales en función de dar una mayor circulación de capital que produce esta actividad económica. En lo que respecta con el hábitus de consumo sexual se refleja en la medida en que las personas destinan cierto dinero para consumir los servicios ofrecidos por los moteles, lo cual contribuye a dicha circulación de capital.

En consecuencia a lo anterior, el capital interviene en la escala macro-global al momento de crear escenarios urbanos aptos para el consumo sexual, donde las relaciones espaciales que existen con los moteles, produce circuitos económicos alrededor del hábitus de consumo y hábitus de consumo sexual. Esto porque para que funcione esta actividad, se necesita de una serie de disposiciones geo-espaciales en la ciudad que promuevan los anteriores consumos, como lo son seguridad, ubicación, sitios de rumba que posibilitan el consumo de bebidas alcohólicas; establecimientos comerciales que ofrezcan servicios de restaurantes, y buena accesibilidad al transporte público; además de las facilidades de acceso vial. Para ello, el uso y la renta del suelo urbano en la ciudad facilitan la creación de zonas que contengan estos criterios espaciales para la funcionalidad de los moteles en la ciudad.

### **Referencia bibliográfica**

**Harvey, D.** (2007). Urbanismo y desigualdad social. Siglo XXI Editores. Madrid.

**Marx K.** (1977). Salario, Precio y Ganancia. Ed R. Aguilera. Madrid.

**Parias Duran, A.** (2010). Reseña de: Hacia una Teoría de la renta del Suelo Urbano. Samuel Jaramillo González. Segunda edición revisada y ampliada. Bogotá: Universidad de los Andes, Facultad de Economía, Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico \_CEDE-, Ediciones Uniandes, 2009. Territorios, 22, pp. 151-161.

**Polanyi, K.** (2003). La gran transformación: Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo. Ed Fondo de cultura económica. Madrid

**Robert Morães A.; Messias Da Costa W.** (1987). GEOGRAFIA CRÍTICA A VALORIZAÇÃO DO ESPAÇO. EDITORA HUCITEC. SÃO PAULO.

**Vergara Figueroa, A.** (2003). Etnografía de los lugares, Una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad. Ed. Navarra. México D.F.